

时评

# 供需两侧发力 促进旅游消费回升

□ 特约评论员 王红彦

推动旅游业加快复苏发展,需把握“稳字当头、稳中求进”的工作总基调,将立足当下与着眼长远同步谋划,坚持政府与市场同频共振,以昂扬奋进的姿态,笃定前行信心,携手开启新篇章,共创美好未来

2023年全国文化和旅游厅局长会议提出,要更好统筹疫情防控和行业恢复发展,精准做好行业疫情防控工作,适时推出新的助企纾困、行业振兴、消费促进等举措,提升行业信心、激发市场活力。1月11日,文化和旅游部办公厅印发《关于落实新型冠状病毒感染“乙类乙管”做好文化和旅游行业疫情防控工作的通知》,明确自本通知印发之日起,文化和旅游行业8项疫情防控工作指南同时废止。

随着党的二十大、中央经济工作会议作出了一系列重大战略部署,“新十条”、新型冠状病毒感染“乙类甲管”调整为“乙类乙管”等疫情防控政策也持续优化,旅游业全面恢复、加速发展迎来重大利好,有力提振了旅游行业恢复发展的信心。

近段时间以来,全行业深入学习贯彻党的二十大精神,中央经济工作会议精神,吹响“集结号”,拼出复产“加速度”,旅游市场“烟火气”正在逐步回暖。今年元旦假日旅游市场实现“开门红”,业界对即将到来的春节旅游市场同样充满期待。

人们拥抱“诗与远方”的热烈向往和旅游市场的复苏回暖,标志着全面贯彻党的二十大精神、开启旅游业回升向好的新气象,标志着全面贯彻新发展理念、加速旅游业高水平恢复、高质量发展的新征程。

当前,疫情仍在全球持续流行,国内疫情总体处于快速上升阶段,不少人出游依然心存顾虑。同时,相关政策协调配合及落地还需要一个过程,旅游业恢复到疫情前水平仍需时日。

新的年轮已经开启。站在新的起跑线上,眺望前方的奋进路,我们有条件、有信心、有底气实现旅游业全面回归、全面复苏、全面发展。笔者认为,推动旅游业加快复苏发展,需把握“稳字当头、稳中求进”的工作总基调,将立足当下与着眼长远同步谋划,坚持政府与市场同频共振,以昂扬奋进的姿态,笃定前行信心,携手开启新篇章,共创美好未来。

第一,统筹国际国内“两大市场”,率先把恢复国内旅游市场作为重中之重。政策千千万,市场最关键。国内旅游市场是我国旅游市场的“主力军”,也是旅游业恢复发展的“主战场”。随着防疫优化政策不断落地,广大民众的出游需求进一步释放,国内旅游市场有望率先回暖。要更好发挥旅游业的综合带动作用,丰富旅游产品供给,提升旅游服务质量,提升游客幸福指数。

《关于对新型冠状病毒感染实施

“乙类乙管”的总体方案》提出,根据国际疫情形势和各方面服务保障能力,有序恢复中国公民出境旅游,取消入境后全员核酸检测和集中隔离等。可以说,入境旅游复苏发展已经看到曙光。虽然一些国家纷纷向中国游客抛出了橄榄枝,但是受民众心理预期、航线恢复、国家防疫政策、签证办理、安全状况等因素影响,短期内入境旅游市场恐怕难以达到预期。随着相关政策不断落地,预计今年暑期有望迎来一波入境出境高峰。

第二,注重投资消费“双轮驱动”,重点以需求牵引供给提供更多优质旅游产品。疫情发生以来,无论是旅游供给侧还是需求侧都发生了许多变化。总的来看,旅游市场散客化、自由行趋势日趋明显,广大游客个性化、品质化需求更为突出。加强需求侧管理,是中央经济工作会议明确释放的一个重要信号。因此,推进旅游业恢复发展,发展模式重塑、产品体系重构,应以游客需求为导向,从供给驱动向需求驱动转变,加快形成以满足游客需求为中心的旅游产品和服务供给体系。

市场主体越有活力,就越能激发供给侧动力,就越能促进需求侧改善。供给侧的旅游市场主体要紧跟旅游消费升级新趋势,打造产品新供给。各地应加强政策协调和集成,持续加大对旅游企业尤其是中小微旅游企业的

纾困帮扶力度,着力破解生存、发展难题。促进中小微旅游企业长远发展,既要通过惠企政策实施“输血”,又要鼓励大中小微旅游企业融合创新发展,增强“造血”功能与内生动力。

第三,注重投资消费“双轮驱动”,坚持把恢复和扩大旅游消费摆在优先位置。中央经济工作会议要求,把“着力扩大国内需求”摆在五大任务之首,并特别强调“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。旅游业在扩大内需、促进消费、恢复经济发展中发挥着重要作用。要以建设富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区、打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区、开展国家文化产业和旅游产业融合发展示范区等为抓手,改善旅游消费条件,增加旅游消费场景,增强旅游消费能力。

当前,各地正顺势而为、谋时而动促进旅游消费。据报道,2022年12月份以来,全国超40地宣布启动消费券发放相关活动,文旅消费是其中的重要领域。全行业更应针对广大游客新需求呈现出的新个性、新品质与新模式,持续提升景区、餐饮、购物、住宿、娱乐等传统消费,培育旅游与文化、科技、数字、非遗融合发展等新型消费,倡导生态、低碳、智能、康养等绿色消费,全面促进旅游消费复苏与升级,努力在服务经济加快恢复发展中展现更大作为。

## 文创产品开发重在与生活融通

□ 丁慎毅

近年来,《故宫日历》《敦煌日历》等文创日历持续热销。文创日历较好地实现了优秀传统文化与日历产品的有机结合,逐渐成为很多年轻人新年礼物的首选,也彰显出年轻一代面对传统文化的自信。

今年的《故宫日历》以生肖“兔”为线索,每月一个主题,汇集了数以百计的故宫馆藏文物。可以说,《故宫日历》从畅销走向“长销”,离不开其系统性策划。文创日历的突出特点是将传统文化进行现代表达,契合年轻人的喜好,突出审美意义上的个性化,进而让人记住文化标识也就是“文化IP”,

以此带来较大的溢价空间。

文创产品追求溢价空间,必须坚守“初心”。目前,全国多个文博机构都推出了自己的新年日历,但有一些曾热衷于购买文创日历的消费者因为文创日历同质化、碎片化的信息和日渐上涨的价格而逐渐失去了购买兴趣。

文创产品也要“同人民群众日用而不觉”的共同价值观念融通起来”,这种“融通”就是要从生活出发,与生活融通。开发文创日历一方面要关注新的一年消费者关注什么,另一方面要强化其“社交货币”属性,用数字化重塑文化创意IP开发。

就生活融通而言,《2023小红书年度生活趋势》以“投入真实生活”为主题,预测了10种趋势,相关笔记发布数量由高到低依次为“闲适循环”“吃茶去”“轻解压”“野到家门口”“吃地道风味”“近郊升温”“出个远门”……看看今年的文创日历,“押”中这些“宝”的还真不多。

随着文化消费主体的需求逐渐向个性化、定制化、碎片化演变,消费者的“主角意识”和“交互意愿”不断增强,以消费为中心的供需议价权地位开始转变,消费与创作走向双向贯通局面,个性需求的出现倒逼了文化供

给侧出现柔性供给。消费者购买文创日历,还有其它潜在的需求,需要交流自己欣赏的感受。就像有网友所说:“即便我翻遍了敦煌日历的每一页,一旦有机会我肯定毫不犹豫地前往敦煌去看实物;可能我在日历上看到一些金句、一些知识,但不代表我就能不看书、不找医生。”

总之,文创日历也好,其他文创产品也罢,要坚持中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展才能实现“双向奔赴”。要研究消费者潜在需求,为消费者提供“千人千面”的定制化产品服务。要加快数字化与各领域的跨界融合,形成一批可看、可听、可体验、可互动的产品新服务,推出一批优质内容聚集、技术应用领先、资源储备丰厚的大项目大平台,形成一批文创产品消费者的社交圈子。

## “围炉煮茶”让传统文化回归生活

□ 吴学安

一个土陶小泥炉,一张铁丝网,一壶沸腾的红茶,一团燃烧的炭火……家住广东广州的杨蕊在自家楼上的阳台上,和家人、朋友们办了一场“围炉煮茶”,这是她准备了近两个月的“仪式”。这个冬季,“围炉煮茶”成为不少年轻人的社交消费新方式。

“围炉煮茶”最早源于中国古代文人茶事。古朴的茶桌椅、精致的茶器,三五好友饮酒煮茶、围炉夜话,这是历史记载中的冬天生活。

茶,讲究的是“一杯一品人生”。茶文化真正令人着迷的是一半烟火,一半诗意的中式慢生活。

随着社交平台的进一步破圈,越来越多的人开始尝试用更接地气的方式来品味茶文化,通过茶与年轻人对话,以求重新唤醒古老而传统的茶文化,于是“围炉煮茶”这一新兴吃茶方式逐渐风靡,成为年轻人社交的新宠。“围炉煮茶”火热兴起,在意料之外又在情理之中。很长一段时间内,

喝茶似乎是中老年人的专利,而“围炉煮茶”主力为年轻人,这形成了某种反差。人们不禁联想到前一段时间,在年轻人中流行的露营、骑行、飞盘等运动,正是因为这些运动契合了城市人亲近大自然的诉求,而在冬季,“围炉煮茶”似乎能满足人们宅在家里暖洋洋过冬的心情。

可以说,“围炉煮茶”是持续火热的传统文化回归生活又一例证,也是当代年轻人赋予传统文化新内涵、新

玩法的生动体现。

“围炉煮茶”与现代生活深度融合,在某些人看来也许是一场虚荣的附庸风雅表演,或许还有褒贬意义不明的网红属性,但它确实提供了一种传统文化复兴的可能,并进而带来了新的消费热潮和生活方式。

不久前,“中国传统茶艺及其相关习俗”成功列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,“围炉煮茶”热滚滚兴起,彰显了传统文化对人们生活美学的深刻影响。

相信,随着茶文化的不断发现和挖掘,更多老传统将会嬗变为新风尚,古老的茶文化将被更多年轻人所接受,并焕发出持久的生命力。

观察

## 创新开展融合试点 推进红色旅游高质量发展

□ 吴若山

近日,文化和旅游部公布全国红色旅游融合发展试点单位名单,井冈山、延安、韶山等10个红色旅游目的地入选。这是贯彻落实党的二十大精神的具体举措,是推动红色旅游高质量发展、推进文化和旅游深度融合的重要抓手,也是一手抓宏观科学指导、一手抓基层先行先试的精准施策,有助于系统全面地推动我国红色旅游高质量发展。

红色旅游是弘扬红色文化、加强爱国主义教育、推动经济社会发展的重要渠道。加快推动红色旅游融合发展试点工作,有利于破解体制机制不顺、发展活力不足、产品吸引力不够等问题,充分发挥红色旅游在赓续红色血脉、加强理想信念教育、促进革命老区发展和助力乡村振兴等方面的重要作用,进一步提高红色旅游开发和产品建设水平,推进完善红色旅游管理体系和提升治理能力,推动红色旅游高质量发展。

《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确,推进红色旅游融合发展试点。2021年2月,国务院印发《关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》,提出推动红色旅游高质量发展,建设红色旅游融合发展示范区。同年印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”旅游业发展规划》,均提出推出一批红色旅游融合发展示范区。2022年9月,文化和旅游部印发通知,制定了相关工作指引,正式启动了先行先试工作。

在推进红色旅游融合发展试点建设工作中,各地可根据红色资源分布、禀赋差异、自然条件及配套设施等情况,结合国土空间规划及相关专业规划,划定具体融合发展区域,出台促进红色旅游发展的政策举措,这既着眼问题破解,出台政策解决长期限制地方红色旅游发展的痛点,又注重创新先行,鼓励推出示范性创新举措,以高质量的“红色旅游吸引人、红色精神感染人、融合产业留住人”的集聚效应,显著提升区域内游客满意度、红色文化影响力和旅游综合效益,在试点建设中形成一批全国可复制可推广的模式,使红色旅游融合发展持续向纵深推进。

当前,新时代红色旅游融合发展应精准把握以下几个重点:

坚持保护优先,强化红色资源保护利用。红色旅游资源是红色旅游融合发展的基础。红色旅游资源保护利用水平的高低,是红色旅游发展质量和水平的重要标志。为此,红色旅游融合发展,必须不断加大革命文物保护力度,健全革命文物资源资产管理机制,开展革命文物资源专项调查和定期排查;深入挖掘红色文化内涵,开展对红色旅游点承载中国共产党人精神谱系相关研究,提升陈列展览质量;不断提升红色旅游经典景区发展水平,提升旅游基础设施、公共服务水平和游客接待能力,注重体现红色底色、地方特色,严防不合理开发和娱乐化、庸俗化、过度商业化倾向。

优化供给体系,增强红色旅游发展动能。供给水平既是红色旅游融合发展水平的直观体现,也是红色旅

游高质量发展的动能所在。要推进红色旅游与乡村旅游、生态旅游、体育旅游、民俗旅游等关联业态以及餐饮、住宿、文创、演艺等相关产业融合发展,加快提升功能融合、要素融合、业态融合、区域融合水平;开发体验性强、参与性强的旅游体验项目,推动红色旅游与科技、演艺融合发展,大力发展红色动漫、红色音乐、红色影视等业态;提升红色旅游服务质量,推动红色旅游智慧化发展。

完善支撑体系,优化红色旅游发展环境。红色旅游发展是一项涉及面广、影响力大、综合性强的系统工程,实现融合发展尤其要依托于不断完善支撑体系和持续优化的发展环境。为此,应把握红色旅游从追求规模向追求品质转变、从单一景点向综合旅游目的地升级的总体趋势,持续提升红色旅游基础设施,不断完善红色旅游景区内部、周边、沿线及区域配套设施;完善红色旅游人才队伍培养体系,持续优化红色旅游人才就业创业支持政策;推动形成党委统一领导、有关部门各负其责、全社会共同参与的红色旅游融合发展新格局。

推动红色旅游融合发展试点建设,不是“栽盆景”,而是“种福田”。下一步,建议各试点单位发挥好“试验田”的标杆示范和带动作用,及时制定实施方案,积极探索推动当地红色旅游融合发展路径,加快形成更多可复制、可推广的创新成果,助力形成红色旅游融合发展新格局,为推进文化自信自强、铸就社会主义文化新辉煌作出应有贡献。

一是坚持问题导向,着力破解题。什么问题突出,就着力解决什么问题。抓住了问题,也就抓住了重点与关键。建议各试点单位可瞄准准现行当地红色旅游融合发展的突出问题,聚焦重点领域和关键环节,大胆试、大胆闯、自主改,把问题解决、把解决问题的办法研究透,切实种好全国红色旅游融合发展试点建设工作的“试验田”。

二是坚持创新发展导向,创新为要。红色旅游融合发展试点建设不能搞大水漫灌,而应精耕细作,精准滴灌。建议各试点单位以改革创新为动力,充分研判自己在区域、全国的突出优势、比较优势,因地制宜制宜,把国家所需、地方所能、群众所盼、未来所向结合起来,选准干什么就干什么,什么可形成特色就做什么,努力形成更多亮点、经验及模式,探索出一套行之有效、可复制、可推广的融合发展模式。

三是制定支持政策,着力提质增效。红色旅游融合发展试点建设,关键在融合,宗旨在发展。为此,各试点单位可充分研究推动融合发展的支持政策,明确配套落实举措,完善在组织领导、项目建设、资金配套等方面的支持政策,集中支持具有示范性的重大融合工程,在加快提升红色旅游融合发展竞争力上下多下功夫,在全国红色旅游融合发展试点工作竞争中勇当先行、敢试先行,努力打造“传承红色基因,赓续红色血脉”的融合发展样板。

(作者为中国社科院旅游研究中心特约研究员、中国劳动关系学院文旅政策研究中心副主任)

声音

### “推动冬奥场馆高效、可持续利用,推动冰雪运动实现新发展”

——近日,河北省加快推进后奥运经济发展工作领导小组印发《北京2022年冬奥会张家口赛区竞赛场馆后续利用总体方案》。对此,《人民日报》发表评论指出,冬奥场馆是冬奥遗产的重要组成部分,是冬奥会后开展冰雪运动、激活冰雪资源的重要载体。鼓励大众参与,推动全民健身发展,是冬奥场馆赛后利用的题中应有之义。在冬奥场馆广泛开展群众性冰雪运动,组织形式多样的青少年冰雪运动培训和中小学生学习冰雪运动普及活动等,皆已被明确写入此次总体方案。展望冬奥,用好、活好冬奥遗产,一定能让我冰雪事业不断迸发新的活力。

### “切莫把野冰场当做游乐场,莫把生命当儿戏”

——针对近期北京市发生的市民在未开放冰场运动时发生安全事故,长安观察微信公众号发表评论指出,除了安全意识淡薄,侥幸心理作祟,还有一个不能忽略的因素,那便是野冰场内出租冰车、雪糕等装备的小商贩。要追问的是,既然是未经允许开放的野冰场,为何这些人能够堂而皇之出租玩冰工具搅客牟利?建立巡查机制,重罚违规经营者,才能遏制这股争相“破窗”的歪风。换个角度看,“上冰热”背后涌动着蓬勃的冰雪热情。为满足市民朋友走出家门、享受冰上乐趣的需求,北京市水务系统专门开放了5处天然河湖冰场。玩冰并非无处去,何苦冒险滑野冰?

(本版编辑 龚立仁 整理)

### 选择正规冰场 确保运动安全

近日,北京展览馆后湖多人在湖面上滑冰落水,一救助者手拉手形成“人墙”接力拉出落水人员的视频引发关注。据报道,该野冰场没有管理人员,岸边贴有“水深冰薄,禁止滑冰”“湖面危险,请勿上冰”等警示横幅。一些游玩者表示,尽管注意到了相关提示语,但觉得“这么多人在这里玩,不会出事的”。北京市密云区消防救援支队消防员提醒公众,远离野冰场,如有游玩需求建议前往正规冰场。

视觉中国 供图

